

ИСМАИЛОВ А. Ю.

ЭТИКА И ЖУРНАЛИЗМ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ ЖУРНАЛИСТА ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

Аннотация: Имманентным свойством профессиональной культуры журналиста является этика, в более узком значении – профессиональная этика. В цифровую эпоху деятельность журналиста фундируется феноменом журнализма. Кодифицированная журналистская мораль пришла в соприкосновение с этикой журнализма. Проникновение норм и принципов этики журнализма, с одной стороны обогащает, с другой стороны девальвирует профессиональную этику журналиста, оказывая тем самым неоднозначное влияние на профессиональную культуру журналиста.

Ключевые слова: журналистика и журнализм, этика, профессиональная этика журналиста, этика журнализма

Ismailov A. Yu.

ETHICS AND JOURNALISM IN THE PROFESSIONAL CULTURE OF THE JOURNALIST OF THE DIGITAL AGE

Abstract: Ethics is an immanent feature of the journalist's professional culture and, in a narrower sense, professional ethics. In the digital age the activity of a journalist is based on the phenomenon of journalism. Codified journalistic morality came in contact with the ethics of journalism. Penetration of norms and principles of the ethics of journalism enriches but, on the other hand, devalues the professional ethics of a journalist, thus exerting an ambiguous influence on the professional culture of a journalist.

Keywords: zhurnalistika-i-zhurnalizm, ethics, professional ethics of a journalist, ethics of journalism

Сегодняшние опасения журналистского сообщества и средств массовой информации по поводу своей востребованности можно охарактеризовать фразой: не читают тебя, значит, ты читаешь других. По аналогии с этим такое же клише допустимо и в отношении радио и ТВ: не слушают тебя, значит, ты слушаешь других; не смотрят тебя, значит, ты смотришь других.

В попытке уйти от этой на самом деле мнимой ценностно-целевой установки, средства массовой информации, журналистские объединения, отдельные ее представители прибегают к различного рода хитростям или ухищрениям. В этом смысле, в качестве «классики жанра» можно привести примеры из сообщений электронного периодического издания Lenta.ru, занимающего первое место по цитируемости в русском сегменте интернета (Яндекс.Каталог.СМИ на 10.03.2017).

Первое сообщение о вызывающем поведении итальянской актрисы и фото-модели (Моника Беллуччи обозвала мужчин скотами после просьбы сказать что-то по-сербски // Lenta.ru. <https://goo.gl/CKelJ1>). Второе – о неудачном опыте молодого человека в катании на тюбинге (Юноша впал в кому после катания на привязанной к машине «ватрушке» // Lenta.ru. <https://goo.gl/9rzwsZ>). Показательны они тем, что заголовки таких сообщений, раскрывая как бы суть самого сообщения, на самом деле порождают известную долю двусмысленности. Немного

утрируя для сравнения: «мама мыла раму» и «мытье рамы мамой» или «о раме, вымытой мамой».

Такая размытость в аннотации к сообщению, безусловно, оправдывается обозначенной проблемой в начале статьи. Она (неопределенность, двусмысленность, невнятность, недосказанность, вольность) направлена на привлечение внимания. Одновременно с этим – это своеобразный барометр профессионального служения и индикатор сложившейся ситуации в журналистике. Речь в данном случае идет о феномене журнализма.

Необходимо отметить, что в данный термин вкладываются различные смыслы и понимается он достаточно широко. Например, что «это профессиональная деятельность по поиску фиксации и публичному оперативному оглашению социально востребованных смыслов и сведений? (как правило, в форме фактов и/или события?)» [1, с. 16], или, что он (журнализм) является «технической? (или вспомогательной?) журналистикой?. Фактографией?» [1, с. 17].

Свитич Л. Г., которая в течение длительного времени целенаправленно использует данный термин [4], позиционирует его и как «самый конкретный, эмпирический из обобщенных форм познания действительности... обыденно-обобщенный способ познания действительности» [3, с. 124], и как «массинформационную медиацию, основой которой является креативная деятельность, связанная с созданием, пересозданием и оперативным распространением информации в ритмизированной, дискретной форме на всех уровнях информационных процессов» [3, с. 5], а в последних публикациях рассматривает его как креативный информационный пульсар «в сложных многоуровневых информационных системах и соответственных типах информационного креатизма» [5, с. 11].

Социально-философскую природу феномена журнализма можно найти в статье Епанчинцева В. В., который, в частности, отмечает, что «главной характеристикой журнализма является его универсальность» [2, с. 658].

Широкий спектр толкования данного понятия, которому зачастую дается не определение, а некая качественная характеристика, позволяет предложить еще один вариант в его понимании. А именно: осмысление его как феномена, предшествующего профессиональной журналистике.

Методологическим обоснованием такого постулата будет являться следующее логическое допущение. У каждого явления, наблюдаемого эмпирически, прослеживаются (должны проследиваться) определенные признаки или условия, существование которых дает жизненное начало этому явлению; они же (признаки) проявляются в генезисе этого явления и будут обнаруживаться после. Само явление при этом, вбирая в себя эти атрибутивные признаки, добавляет к ним свои, частные или особенные доминанты. Речь в данном случае может идти как об онтологических признаках, так и трансцендентальных, к коим можно отнести время, место (пространство) и, собственно, самого человека (по Канту). Последний, например, предстает перед нами в виде фигуры журналиста.

В антропологическом измерении на уровне его бытия фиксируется природная любознательность человека (хочу все знать) и не менее его важная потребность делиться и обмениваться накопленными знаниями, где рефлексия осу-

ществляется по цепочке иной формы бытия самого известия: факт-знания (сведения)-информация.

В социально-философском ключе это кровная заинтересованность одних слоев, социальных групп, классов в распространении сепарированной, векторной информации, оказывающей эффект влияния на другие группы населения; осознание исключительной силы слова (языка) и становление особой группы медиаторов в обществе, венцом которого становится признание ее могущества как четвертой ветви власти.

В культурно-философском или цивилизационном подходах субстанциональным фундаментом появления журналистики послужила необходимость в тиражировании и распространении новостной информации. Исторически это прослеживается от появления первых рукописных сводок, изобретения Иоганна Гутенберга, возникновения первых печатных периодических изданий до оформления в общественных формах коммуникации журналистики как автономного социального института.

Самобытностью журналистики цифровой эпохи стало то обстоятельство, что в ее массиве регистрируется на феноменальном уровне признаки журнализма, которые, оставаясь имманентными по отношению к самой журналистике, становятся задекларированными элементами альтернативной, «гражданской», новой, медиа и иной (не) журналистики.

Достаточно конфликтно такая своеобразная партиципация выглядит в двух областях существования журналистики и СМИ: первое, это профессиональная этика журналиста, второе, это каналы, способы, приоритетность распространения информации.

Явственно проявив себя как достаточно самостоятельное явление и, одновременно с этим, оставаясь сущностными признаками журналистики, феномен журнализма, в том числе в его этическом аспекте, привел к определенной коллизии, внеся сумбур и «брожение умов» в журналистское сообщество, которое ответило на эти вызовы принятием безусловно важных, но очередных профессиональных кодексов, уложений, медиастандартов, деклараций, хартий, уставов.

Таким образом, насущными задачами в теории журналистики и в практике профессиональной культуры журналиста цифровой эпохи становятся: определение предметной области феномена журнализма, демаркация областей журналистики и журнализма, а также преодоление этического манкирования феномена журнализма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитриевский А. Л. Экзистенциальная журналистика на пути к метатеории // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. 94: Филология, искусствоведение. 2015. № 5 (360). С. 15–20.
2. Епанчинцев В. В. Социально-философский феномен журнализма // Молодой ученый. 2014. № 7. С. 657–659.
3. Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М.: МГУ, 2000.
4. Свитич Л. Г. Журнализм в системе глобальных информационно-креативных процессов. М., 2002.
5. Свитич Л. Г. Журнализм в контексте современных научных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. 2012. № 2. С. 9–21.